家電 公取協ニュース
Home Electric Appliances Fair Trade Conference
Vol.90
発行日2007年4月1日

「第14回消費者懇談会」が大阪で3年ぶりに開催される

平成19年3月15日（木）に、KKRホテルオーサカ（大阪市中央区）において、消費者関係6団体の代表をお招きして「第14回消費者懇談会」が開催された。

協議会を代表（会長会社松下電器）して佐藤理事から「私の海外勤務経験から、日本の消費者ほど厳しい目で商品選択をする国は他にはなく、その厳しい目に鍛えられた結果、国の基幹産業として家電産業が今日あると自負しています。従ってこの消費者懇談会を大変重要な行事と位置づけており、忌憚のないご意見をいただきたい」と開会挨拶を行った。

続いて、山木専務理事から、家電公取協の事業活動について、例年とは趣きを変え、プロジェクター映像で、「家電業界の概要」「家電公取協の位置づけ」「家電公取協の活動状況」について詳細に報告を行った。

懇談に移り、坂井事務局長を進行役に第一部として製造業部会活動に対し、第二部として小売業部会活動に対して活発な意見交換が行われた。

製造業部会の活動について

製造業部会関連では、以下のような貴重なご意見をいただいた。

・製造業の表示規約については、時代に見合った改正をすすめているとのことだが、ぜひ積極的にすすめてほしい。
・ヘルパーについては、店頭で一目瞭然にわかりやすい識別表示をしてほしい。
・マッサージ機の部品保有年数が決められていないようだが、業界としての見解は？
・「合理的な根拠のない表示」とはどういうことか？「マイナスイオン」の効能効果について、主要家電メーカーは最近は表示していないようだが、消費者は以前の広告のイメージが残っている。
・「No.1」表示などはしっかりと運用されている。冷蔵庫の消費電力量は実態に合わないとして1ケ月の電気代の表示がなくなったが、掃除機の吸込仕事率も実態にあっていない。難しいことはわかっているが、引き続き吸込仕事率の見直しの努力をお願いしたい。
・以前と違って、発売時オープン価格の機種が多くあり、消費者から見たときに商品選択の基準があいまいとなっておりわかりにくい。
・商品によっては、取扱説明書が分厚かったり、カタカナ文字が多かったり、文字が小さかったりでわかりにくいものがある。絵を入れたりしてもっとわかりやすくなる工夫をしてほしい。

以上のご意見に対し、製造業部会の関係委員会として表示委員会 片岡委員長より、部品保有年数と取扱説明書についての基本的な考え方及び掃除機の吸込仕事率に関する関係工業会の検討状況について説明を行った。また、広告委員会 安原委員長(代理)より、「合理的な根拠」についての基本的な考え方と「マイナスイオン」の効能効果の表示に対する見解について説明を行った。

当日の出席団体および出席者名（順不同）

<消費者関係団体>

団体・役職	氏名
大阪消費者友の会 会長	伊吹和子様
財団法人関西消費者協会 啓発グループ　チーフリーダー	金輪明美様
NPO法人関西消費者連合会 理事長	角田禮子様
社団法人全国消費生活相談員協会 関西支部 理事	田坂圭子様
全大阪消費者団体連絡会 事務局次長	大津恵子様
なにわの消費者団体連絡会 事務局長	岡本孝子様

<行政ご来賓>

団体・役職	氏名
公正取引委員会　近畿中国四国事務所 所長	野口文雄様
公正取引委員会　近畿中国四国事務所 取引課長	田邊陽一様
経済産業省　近畿経済産業局　産業部 消費経済課　課長補佐	道家淳生様
大阪府消費生活センター 次長	溝端秀旦様
大阪府消費生活センター 主事	中尾いずみ様

<家電公取協>

役職	氏名
副会長	太田文雄
副会長　小売業部会副部会長	岡嶋昇一
理事　小売業部会運営委員長	北原國人
理事（会長会社）	佐藤嘉信
専務理事	山木康孝
広告委員会　委員長代理	安原裕之
表示委員会　委員長	片岡孝
景品委員会　委員長	竹本進一
事務局長	坂井厚介

小売業部会の活動について

小売業部会関連では、以下のような貴重なご意見をいただいた。

- 「当社指定機種に限ります」等表示されているが、具体的にどの機種が該当するのかわからない。
- 価格に斜線が引かれたり、「更に値引きします」等表示されているが、いくら値引きされるのかわからない。
- ポイント還元を実施している量販店が多いが、家電品はそうそう買い替えするものでもなく、有効期限が過ぎてしまうし、安く見せられているような気もするので、はじめから現金値引きしてもらった方が良い。
- 消費されずに有効期限を過ぎたポイントはどのように処理されているのか。
- 販売店の延長保証について、期間中の修理回数などが限定されているのなら、加入する際にきちんと説明してほしい。
- 販売店の延長保証の説明の際、「メーカー保証だけでは足りない」等の不安を煽るような説明をしないでほしい。
- 販売店に修理を申し込んだところ、メーカーが修理するものだと思っていたら、販売店が修理し、しかも高くついた。事前に説明が必要ではないか。
- 商品の省エネ度合いを表す記号が販売店によってバラツキがあるので統一してほしい。
- 地域店の数が減ってきているが、高齢の方などから必要とされることも多く、地域社会への貢献という面でも存在は大きい。

以上のご意見に対し、小売業部会として以下の説明があった。

北原運営委員長

現在、運営委員会において、更値引き表示や自店平常価格表示におけるポイントの取扱い等、様々な面から議論を進めている。商業組合としては、価格をチラシにはっきりと表示しよう、と主張しているが、量販法人会員との意見の違いもあり、一致するまで至っていない。消費者の皆様のご意見を参考に、信頼される価格競争の確立に努めたい。

岡嶋副部会長

販売店の延長保証については、現在、チラシに表示する項目の標準化に向けて議論をしている。価格の表示については、量販店同士の価格競争上、やむを得ず更値引き表示となっているが、本来は正札販売するべきで、規約改正の議論の中でルール化していきたい。ポイント還元表示についても、定義が曖昧な面もあるので、消費者の皆様が戸惑わないような表示を考える必要がある。

以上、種々ご意見を承ったが、2011年のアナログ停波に向けての情報強化や家電リサイクル等については、関係する業界団体に対してフィードバックすることとした。

続いて、公正取引委員会　野口近畿中国四国事務所長、経済産業省　近畿経済産業局　消費経済課　道家課長補佐、大阪府　消費生活センター　溝端次長からそれぞれご挨拶を頂いた。

最後に、当協議会の太田副会長より、「競争が激しい市場だと言われるが、メーカーも流通も生活者の視点に立ってきちんとした表示を心がける姿勢が必要。その意味で家電公取協の役割は非常に重要だ。皆様の声をお聞きし、最大限の努力をして参りたい」とご挨拶申し上げ、懇談会は、滞りなく終了した。

ご出席の消費者団体代表の皆さん

公正取引委員会 近畿中国四国事務所 野口所長 ご挨拶要旨

家電製品は国民の大きな幸せを担いつつ、次々と新しいものが産み出され、価格も安くなる中、適切な表示の重要性が高まっている。メーカー団体も流通団体も大きな変革期にあり、このような時期に消費者団体を迎えての懇談会における意見交換は非常に有意義で、今後もお互いの連携をより深めていただきたい。

経済産業省 近畿経済産業局
産業部 消費経済課 道家課長補佐 ご挨拶要旨

消費者相談、製品安全、品質表示等幅広く担当しているが、本日の課題となった公正な表示の問題、地域小売店の問題や家電リサイクルの問題も密接に関連している。本年は5月に消費生活用製品安全法の施行を控えており、事故情報の収集と国民への情報提供を迅速に行う事により事件の拡大を防ぎ、消費者の安全確保に努めて行きたい。

大阪府消費生活センター 溝端次長 ご挨拶要旨

規制緩和やＩＴ化で問題が複雑化し、製品安全の問題も含めて消費者を取り巻く環境が厳しさを増す中、大阪府としては条例の改正による悪質事業者対策の強化や正しい表示店頭キャンペーンへの参加による表示の適正化に取り組んでいる。家電公取協には今後も消費者のご意見を数多く吸収し、安心・安全に暮らせる社会作りに貢献していただきたい。

製造業部会の動き

◎「第27回 景品規約遵守体制強化月間」の結果まとまる

当協議会では、景品規約遵守状況の実態把握と違反の未然防止及び景品規約の周知徹底を目的に、年2回、「強化月間」を実施している。全国の製造業部会10支部において、この趣旨に基づき、チラシ・DM等収集物の実態把握、被疑事案の迅速な処理等を行い、併せて、参考事例を蓄積しての「事例集」による研修会の開催、規約の周知徹底を図っている。

今回、被疑事案件数は15件で、前回の22件に比べ7件減少、特に会員を中心に減少傾向にある。会員の被疑事案については是正指導を行い、会員外については、関係支部より公正取引委員会に申告を行った。また、メーカー・販売会社企画のDMにおける不明りょう表示については、ただちに違反ではないが消費者の有利誤認を招きかねない事案について、各支部より当該メーカーに口頭注意を行った(2件)。

【結果概要】
○期間:平成18年10月~12月
○チラシ・DM収集総枚数 :7,170枚(大きな変化なし)
○うち景品付枚数 :2,198枚(減少傾向)
○景品付販売企画件数 :6,649件(購入ベタ付を中心に増加傾向)

企画内容	企画件数	うち被疑事案件数		
		合 計	会 員	会員外
購入ベタ付	3,834件	3件	−	3件
購入抽選	1,047件	10件	2件	8件
来場記念品	1,002件	−	−	−
来場抽選	668件	2件	1件	1件
オープン懸賞	96件	−	−	−
合 計	6,649件	15件	3件	12件

小売業部会の動き

◎運営委員会が開催される

平成19年2月20日(火)に運営委員会が開催され、各委員会やWG報告のほか、平成19年度の収支見通し、消費者懇談会や消費者モニター研究会等の消費者関連事業について検討を行った。

(各委員会・WG報告)

チラシ等判定会議	12/22	最近のチラシにおける表示の中から、エアコンの標準工事費の一例表示等について検討を行った。
規約改正WG	12/21 1/30	「更値引き」表示、セット販売表示、おとり販売禁止の例外規定、割引率を幅表示する際の表示等についてのルール化について検討を行った。
本部規約指導委員会	2/15	商業組合と量販法人会員が共同して参画する新たな地区連絡会及び都道府県支部の会則案や運営の手引き案について検討を行い、基本的に了承した。

◎「小売業部会研修会」が開催される

平成19年3月2日(金)中央電気倶楽部(大阪市)において、主に量販法人会員を対象とした研修会が開催された。

主なカリキュラムは、山木専務理事はじめ、各事務局担当より、①「家庭電気製品小売業における表示に関する公正競争規約」の仕組みについて、②景品規約、③「大規模小売業告示」等の優越的地位の濫用規制について、それぞれ事例紹介を交え、詳細に説明を行った。

参加者からは、「事例が豊富でわかりやすかった」「継続的に開催してほしい」等の意見が多く寄せられた。

◎平成18年12月度規約第3条調査結果まとまる

調査期間=平成18年11月19日(日)~12月2日(土)　調査地点=全国85地点

結果概要=自店販売価格に係る不明りょう表示(48.6%)の内訳は「更に値引き」等の表示によるもの(47.1%)、表示なし(0.2%)、セット商品の明細不表示(1.3%)であった。現在、小売業表示規約の改正を進めており、「更に値引き」、「セット商品」の表示方法についても、その運用基準の改正を進めている。

【3条調査の時系列変化】　(小数第1位四捨五入)

項目	04/06		04/12		05/06		05/12		06/06		06/12	
件数 枚数	37,431	694	36,474	767	38,068	743	34,542	772	44,274	767	35,429	732
トータル	15,663	42%	14,444	40%	16,088	42%	17,166	50%	22,749	51%	17,401	49%
型名	528	1%	304	1%	429	1%	194	1%	202	1%	180	1%
メーカー名	314	1%	125	0%	219	1%	86	0%	76	0%	95	0%
自店価格	15,062	40%	14,048	39%	15,594	41%	16,958	49%	22,535	51%	17,212	49%

行政の動き

◎「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の一部改正について

公正取引委員会は、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(以下「総付景品告示」という)を一部改正し、平成19年3月7日付け官報に告示(同日施行)した。なお、家電公取協会員は、規約が変更されるまでは、現規約が適用されるので注意が必要である。

総付景品告示の一部改正の概要

現行		改正後	
取引価額	総付景品の最高額	取引価額	総付景品の最高額
1000円未満	100円	1000円未満	200円
1000円以上	取引価額の10分の1	1000円以上	取引価額の10分の2

(注)総付景品には、購入を条件として提供する場合のほか、購入を条件としないで来店者に提供する場合等も含む。

◎「大規模小売業者との取引に関する納入業者に対する実態調査報告書」が公表される

公正取引委員会では、平成18年12月26日　「大規模小売業告示」が施行されて一定の期間経過したことを踏まえ、大規模小売業告示施行後の大規模小売業者と納入業者との取引実態を把握する等を目的として、実態調査報告書を取りまとめ公表した。

実態調査報告書のポイント

①問題のみられる行為類型として多く挙げられたのは、「不当な経済上の利益の提供要請」「不当な返品」「不当な従業員等の派遣要請」の順であった。

②前回調査（平成17年2月公表）時と比較すると、「不当な経済上の利益の提供要請」「不当な返品」「不当な従業員等派遣要請」を受けているとする回答は、それぞれ3分の1程度まで減少しており、大規模小売業告示の制定等の取組が一定の効果をもたらしたことがうかがえる。

③ホームセンター、ドラッグストア、食品スーパー、ディスカウントストア、専門量販店、総合スーパーといった比較的低価格販売を志向する業態の大規模小売業者においては、不当な行為等が目立っている。

◎人事異動情報

平成19年2月18日付け発令

	氏　名	前官職
公正取引委員会委員に就任	後藤　晃	東京大学先端科学技術研究センター教授

平成19年1月16日付け発令

	氏　名	前官職
審判官（昇任） 官房総務課審決訟務室併任解除	酒井紀子	経済取引局企業取引課企業結合調査官（主査） ・官房総務課審決訟務室併任
経済取引局取引部取引企画課長	高橋省三	審判官

平成19年1月9日付け発令

	氏　名	前官職
首席審判官（昇任）	寺川祐一	経済取引局取引部取引企画課長
官房総括審議官（昇任）	舟橋和幸	経済取引局取引部長
経済取引局取引部長	鵜瀞恵子	首席審判官
辞職	和泉澤　衛	官房総括審議官

わたしの意見

当協議会では、登録された消費者モニターの方へ定期的なアンケートを実施しています。その際に寄せられたご意見を「消費者の生の声」として掲載します。

① ある家電量販店の広告に、期間限定の「価格交渉券」というキリトリ線付の券がついていたのですが、ポイントなど様々な値引きが店ごとにあってこの券をどのように使うのか疑問を持ちました。実質無料の長期保証小さく（当社指定商品）という広告をよく目にしますが、実質無料という意味がよくわかりません。　（柏市　パート）

② 店頭で各社の製品を比較する際、店員の方の意見を参考にすることも多いが、製品そのものの説明よりも、“この社のこの商品を売りたい”という姿勢ですすめられることが多い。店としては利益の多い製品をすすめているのでは、と思ってしまう。また、メーカーからの応援店員などもいて、純粋に製品そのものを比較したいのに、わかりにくいこともある。　（横浜市　主婦）

③ どの家電量販店の広告を見てもリサイクル料金のことが何も書かれていない。広告は安さやサービスを消費者にちらつかせるだけでなく、リサイクル料金のことも理解を深めてもらうためにはっきり記載していくべきだと思う。　（寝屋川市　主婦）

④ 以前家電量販店で洗濯機を購入、商品の明細書をいただきましたが、レシートと一緒に5年間保証という事柄を記載した紙がくっついていました。保証書はとても大切なものなので、レシートのようなものではなくきちんと別のようしにすべきではないかと思います。又時々家電品を購入した際に何も記入されていない保証書にであう時があります。お店のほうで購入した際に忘れずに記入していただきたいです（店の印など）。売りっぱなしの姿勢はこまりものですね。　（練馬区　主婦）

<編集後記>

今年は春のおとずれが早くなるような陽気でしたが3月半ばになって初雪が降り、やはり異常気象か、世の中のいろいろな状況も変化が激しい。ちょっと油断をすると方向を見失ってしまう。視野を大きく広げながら状況判断を誤らないように。　（S・I）

社団法人　全国家庭電気製品公正取引協議会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-19-9
（虎ノ門TBLビルディング2階）
TEL（03）3591-6023 FAX（03）3591-6032
http://www.eftc.or.jp
編集・発行人：坂井厚介